

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»

институт

«Экономика и менеджмент»

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

И. В. Панасенко

подпись инициалы, фамилия

« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код – наименование направления

Оценка экономической эффективности расширения ассортимента

тема

продукции на предприятии ООО «Знаменское»

Руководитель

подпись, дата

зав. ПФС

должность, ученая степень

Л. Н. Силютина

инициалы, фамилия

Выпускник

подпись, дата

Г. О. Аксенова

инициалы, фамилия

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме **Оценка экономической эффективности расширения ассортимента продукции на предприятии ООО «Знаменское»**

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть
наименование раздела

подпись, дата

Л. Н. Силютина
инициалы, фамилия

Аналитическая часть
наименование раздела

подпись, дата

Т. И. Островских
инициалы, фамилия

Проектная часть
наименование раздела

подпись, дата

инициалы, фамилия

Нормоконтролер

подпись, дата

Н. Л. Сигачева
инициалы, фамилия

РЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
в форме бакалаврской работы

Тема выпускной квалификационной работы Оценка экономической эффективности расширения ассортимента продукции на предприятии ООО «Знаменское».

ВКР выполнена на 85 страницах, с использованием 2 иллюстраций, 39 таблиц, 1 формул, 3 приложений, 49 использованных источников, 11 листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: эффективность, выручка, прибыль, рентабельность, ассортимент, ликвидность, финансовая устойчивость, эффективность, капитал, баланс, анализ.

Автор работы (73-2 гр)

_____ Г. О. Аксенова
подпись инициалы, фамилия

Руководитель работы

_____ Л. Н. Силютин
подпись инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы - 2017

- Цель. Повышение экономической эффективности деятельности предприятия, за счет расширения ассортимента продукции.

- Задачи. Рассмотреть теоретические аспекты формирования ассортимента продукции предприятия, провести комплексный анализ финансово – хозяйственной деятельности предприятия, выработать предложения по расширению ассортимента продукции на предприятии.

- Актуальность темы. Необходимость повышения эффективности деятельности предприятий, в условиях возрастающей конкуренции.

- Научная и практическая новизна, эффективность. Исследование теоретического формирования ассортимента, и обоснование мероприятий ООО «Знаменское».

- Выводы, рекомендации. Мероприятия по расширению ассортимента продукции, будут способствовать улучшению финансового состояния предприятия.

SUMMARY

The theme of the paper is «Estimation of economic efficiency of expansion of assortment of production at the enterprise of the LLC "Znamenskoe".

The paper has 85 pages, 2 illustrations, 39 tables, 1 formula, 3 applications, 49 references, 11 sheets of illustrative material (slides).

Key words: efficiency, revenue, profit, profitability, assortment, liquidity, financial stability, efficiency, capital, balance, analysis.

The author (gr. 73-2)

<u> </u>	<u>G. O. Aksenova</u>
signature	initials surname

Supervisor

<u> </u>	<u>L. N. Silyutina</u>
signature	initials surname

Supervisor in English

<u> </u>	<u>E. A. Nikitina</u>
signature	initials surname

Year – 2017

- Goal. Increase the economic efficiency of the enterprise, by expanding the range of products.

- Tasks. To consider the theoretical aspects of forming the product range of the enterprise, to conduct a comprehensive analysis of the financial and economic activities of the enterprise, to develop proposals for expanding the range of products at the enterprise.

- Relevance of the topic. The need to improve the efficiency of enterprises, in the face of increasing competition..

- Scientific and practical novelty, efficiency. Study of the theoretical formation of the assortment, and justification of the activities of the LLC Znamenskoe.

- Conclusions, recommendations. Measures to expand the range of products will help improve the financial condition of the enterprise

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
1 Теоретическая часть. Теоретические аспекты формирования ассортимента предприятия.....	9
1.1 Ассортимент: понятие, виды и основные характеристики.....	9
1.2 Управление и пути расширения ассортимента	12
1.3 Методы оценки экономической эффективности.....	18
2 Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО«Знаменское».....	21
2.1 Характеристика предприятия.....	21
2.2 Анализ баланса.....	24
2.3 Показатели ликвидности и финансовой устойчивости	31
2.4 Оценка эффективности деятельности предприятия.....	35
2.5 Управленческий анализ.....	38
2.6. Заключительная оценка деятельности предприятия.....	41
2.7. Вопросы экологии.....	43
3 Проектная часть. Рекомендации по расширению ассортимента производимой продукции на предприятии ООО «Знаменское».....	45
3.1 Обоснования мероприятий по расширению объемов производимой продукции на предприятии	45
3.2 Расчет показателей по внедрению мероприятий.....	48
3.3 Оценка эффективности предложенных мероприятий.....	54
Заключение.....	60
Список использованных источников.....	63
Приложения А – В.....	67

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях конкуренции рынок определяет необходимый ему ассортимент, поэтому задачей каждого предприятия является стремление удовлетворить спрос лучше и эффективнее, чем конкуренты. Как свидетельствует мировой опыт, лидерство в конкурентной борьбе получает тот, кто наиболее компетентен в ассортиментной политике, владеет методами её реализации и может максимально эффективно ею управлять.

Ассортиментная политика является одним из самых главных направлений деятельности маркетинга предприятия. Особенно это направление приобретает особую значимость в нынешних условиях перехода к рыночной экономике, когда к товару со стороны потребителя предъявляются повышенные требования по качеству и ассортименту, и от эффективности работы предприятия с производимым или реализуемым товаром зависят все экономические показатели организации и рыночная доля.

При неоптимальной структуре ассортимента происходит снижение как потенциального, так и реального уровня прибыли, потеря конкурентных позиций на перспективных потребительских и товарных рынках и, как следствие этого, наблюдается снижение экономической устойчивости предприятия. Поэтому формирование оптимального ассортимента, способствующего оптимизации прибыли, сохранению желаемой прибыли на длительный период времени, очень актуально для предприятий, стремящихся быть конкурентоспособными.

Управление ассортиментом на производственных предприятиях – это основной и один из самых сложных процессов протекающих в хозяйственной деятельности, направленный на достижение требований рациональности ассортимента. Процесс управления ассортиментом является центральным звеном в сложной и многоуровневой цепочке содержания хозяйственной и коммерческой деятельности предприятия. От его результатов зависит, какой товар и в каком объеме будет предложен потребителю.

Все вышеперечисленное свидетельствует об актуальности, теоретической важности и практической значимости темы данной выпускной квалификационной работы. Актуальность для анализируемого предприятия обусловлена необходимостью повышения эффективности деятельности предприятия в условиях возрастающей конкуренции.

Целью выпускной квалификационной работы является повышение эффективности деятельности предприятия, за счет расширения ассортимента продукции.

Для выполнения поставленной цели предполагается решение следующих задач:

- 1) рассмотреть теоретические аспекты формирования ассортимента продукции предприятия;
- 2) провести комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- 3) выработать предложения по расширению ассортимента продукции на предприятии с обоснованием экономического эффекта от их реализации на основе аналитических расчетов.

Объектом данной выпускной квалификационной работы является производственное предприятие ООО «Знаменское».

Предметом – ассортимент выпускаемой продукции предприятия, и пути его расширения.

Для разрешения обозначенной проблемы использовались общенаучные методы исследования: анализ научной и учебной литературы, наблюдение, обобщение, описание, вертикальный и горизонтальный анализ, финансово-экономический и сравнительный анализ.

Практическая значимость состоит в возможности использования материалов специалистами-практиками в сфере производства, а также студентами, изучающими данную проблематику.

Выпускная квалификационная работа содержит разработку комплекса рекомендаций, выполнение которых поможет производственному предприятию

сформировать такую структуру ассортимента, при которой оно будет функционировать устойчиво в рыночных условиях.

Структура выпускной квалификационной работы состоит из введения, трех частей, заключения и списка использованных источников.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных специалистов в области товароведения, маркетинга, менеджмента, финансового планирования, управленческого и бухгалтерского учета, экономики и системного анализа.

Информационной базой исследования послужили нормативно-правовые акты, материалы периодической печати, монографическая и другая научная литература по теме выпускной квалификационной работы, а также ряд данных, полученных эмпирическим путем, в т. ч. документация и бухгалтерская отчетность ООО «Знаменское» за 2015-2016 гг., данные которой не представляют коммерческой тайны.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Ассортимент: понятие, виды и основные характеристики

Полнота удовлетворения спроса покупателя и качество торгового обслуживания субъектов рынка зависят от необходимого количества наличия товаров определенного наименования, соответствующего товарного ассортимента. В процессе движения от изготовителя до потребителя часть товарной массы сосредотачивается на складах продукции изготовителя, в пунктах назначения и отправления, на транспортных средствах, на складах посреднических организаций, у потребителей. Для этого необходима группировка товаров, заключенными в понятие «ассортимент».

Ассортимент товара – совокупность, различных видов товара, сортов, объединяемых по какому-либо признаку (размеру, способу производства, назначению). Ассортимент характеризует состав товаров народного потребления и производственно-технического назначения.

С экономической точки зрения, ассортимент – один из важнейших факторов, определяющих степень спроса и предложения конкретных изделий [8].

Следует различать понятия «номенклатура» и «ассортимент».

Номенклатура – понятие более широкое, чем ассортимент.

Номенклатура может включать несколько видов ассортимента, объединенных общей характеристикой. Ассортимент более детален, это понятие широко применяется при определении предложений конкретных изделий и спроса.

Виды ассортимента:

– промышленный;

– торговый:

А) сложный (большое число разновидностей товара), простой (небольшое число товаров);

Б) широкий (свыше 70 товаров), узкий (до 70 наименований).

Основными нормативными документами, регламентирующими ассортимент товаров, являются:

- стандарты на продукцию;
- каталоги;
- прейскуранты;
- прайс-листы [10].

Нормативные документы изготавливают организации или фирмы-изготовители. Они информируют потребителей о стоимости товаров и ассортименте.

Ассортимент имеет ряд характеристик: глубину, полноту, структуру, ширину, степень обновления. [14].

Широта – характеризуется количеством изделий того или иного назначения.

Глубина – определенное количество разновидностей конкретного вида изделий, количество позиций в каждой группе товаров.

Полнота – отношение фактического количества разновидностей товара к количеству, предусмотренному соответствующей спецификацией или прейскурантом.

Степень обновления ассортимента – удельный вес новых изделий в общем объеме, поступившем в продажу.

Структура ассортимента – это удельный вес товарных групп, подгрупп, видов, разновидностей товаров в общей сумме товарооборота.

Товарная линия (ассортиментный ряд) – группа товаров, тесно связанных между собой в силу схожести использования областей, предназначенных одним и тем же группам покупателей.

Помимо этого существует такое понятие как товарная единица – это обособленная целостность, характеризующаяся сортом, размером и ценой [14].

Решения, принимаемые в рамках товарной политики, касающиеся непосредственно ассортимента, определяют ряд позиций:

- номенклатуру товара;
- глубину и ширину ассортиментных групп;
- диапазон размеров каждого товара;
- качество товара;
- модификации товаров;
- выпуск новых товаров;
- стандартизацию товара;
- количество каждого вида товаров, выпускаемых за определенный

период и другое [8].

Существуют два основных вида ассортимента: торговый, находящийся в сфере обращения, и производственный. Торговый ассортимент, шире производственного и зависит от типа предприятия (магазина, склада), обслуживания специализированных производственных предприятий, региона, демографической ситуации, и местонахождения. Предприятия должны создавать такой ассортиментный выбор товаров, который мог бы обеспечить бесперебойность товарооборота.

Важную роль в формировании ассортиментной политики предприятия играют маркетинговые исследования. Так как обеспечение коммерческого успеха самым непосредственным образом зависит от всестороннего и глубокого изучения рынка, предпочтений покупателей, и рыночных возможностей реализуемых товаров.

1.2 Управление и пути расширения ассортимента

Управление ассортиментом предполагает координацию взаимосвязанных видов деятельности – организации сбыта, комплексного исследования рынка, рекламы, стимулирования спроса, и сервиса[18].

Формирование ассортимента, может осуществляться различными методами, в зависимости от объемов сбыта, целей и задач, специфики производимой продукции, стоящих перед изготовителем.

Главная задача – принятие принципиальных решений относительно ассортимента, включая:

- изъятие отдельных моделей, нерентабельных видов продукции, типоразмеров;
- определение разработок и необходимости исследований для создания модификаций и новых и существующих изделий;
- утверждение программ и планов разработки новых или совершенствования уже выпускаемых продуктов;
- выделение финансовых средств на утвержденные плана и программы [18].

Факторы, при формировании ассортимента:

- отражение в ассортименте особенностей спроса потенциальных и обслуживаемых потребителей товаров;
- обеспечение комплектности в закупке и выборе товаров покупателями;
- соблюдение ассортиментного профиля установившегося для торгового предприятия;
- обеспечение достаточной устойчивости полноты ассортимента постоянного спроса товара;

Система формирования ассортимента включает следующие основные моменты:

- 1) оценка существующих конкурентов аналогов по тем же направлениям;
- 2) критическая оценка выпускаемых предприятием изделий в том же ассортименте, но уже с позиций покупателя;
- 3) решение вопросов: какие продукты следует исключить из него из-за изменений в уровне конкурентоспособности, или добавить; следует ли диверсифицировать за счет других направлений производства предприятия продукцию, выходящих за рамки его профиля;
- 4) рассмотрение предложений о создании новых способах и областях применения товаров, или усовершенствование существующих;
- 5) разработка спецификаций улучшенных или новых или продуктов в соответствии с требованиями покупателей;

Управление и планирование ассортиментом – неотъемлемая часть маркетинга. Даже хорошо продуманные рекламы и планы сбыта не смогут нейтрализовать последствия ошибок, допущенных при планировании ассортимента ранее [9].

Товарная политика требует изменения в том случае, если основную прибыль дают только несколько товаров (два-три); если в течение длительного периода наблюдаются избыточные производственные мощности; продажи и прибыль фирмы постоянно снижаются; нет достаточного количества товаров, соответствующих возможностям рынка и объему предъявляемого спроса.

При определении товарной номенклатуры и оптимальной ассортиментной политики, а также при определении перспективных сфер деятельности фирмы, стратегических зон хозяйствования и, прежде всего, исходят из двух взаимоисключающих и взаимодополняющих принципов:

- принципа синергизма (или внутренней взаимосвязи),
- принципа стратегической гибкости (конгломерата).

Принцип синергизма означает, что номенклатура услуг и выпускаемых товаров должна быть внутренне увязана и отдельные товары и виды услуг должны дополнять друг друга. Этот принцип обеспечивает широкую экономию

деятельности на масштабах фирмы за счет взаимной поддержки сфер хозяйственной деятельности, или различных товарных групп. Например, источником синергизма может служить использование научно-технической базы, одних и тех же производственных мощностей, общей сбытовой сети. Тем самым достигается отдача более высоких капиталовложений, чем по отдельным, несвязанным видам деятельности.

Однако подобная система определения стратегических зон хозяйственной деятельности фирмы, построения ассортиментной политики, отличается большой уязвимостью в случае рыночных осложнений и резких конъюнктурных колебаний.

Принцип стратегической гибкости преодолевает такой недостаток, поскольку основывается на конгломератном построении стратегических зон хозяйствования и товарной номенклатуры, которые зависят от различных технологий, требуют культурных и политических условий, разнородных экономических, условий уравнивают рискованные и устойчивые товарные группы, так что неожиданные события тяжело сказаться в одной сфере на развитии другой сферы, и на общих результатах совокупной деятельности фирмы. Соблюдение такого принципа требует значительных финансовых и других затрат и под силу только крупнейшим фирмам.

Один из основных вопросов ассортиментной политики – определение набора товарных групп, наиболее предпочтительного для успешной работы фирмы на рынке и обеспечивающего экономическую эффективность ее деятельности в целом.

Устанавливаются также соотношение одновременного присутствия на рынке товаров в стадиях роста и новых товаров, оптимальное соотношение базовых моделей их подвидов и модификаций, моделей зрелости и спада. Ассортиментная политика предполагает также решение вопроса о происхождении товаров – приобретаемых фирмой от внешних источников или производимых фирмой.

Задачами ассортиментной политики могут быть:

- удовлетворение запросов потребителей;
- оптимальное использование опыта фирмы и технологических знаний (хотя технологическое преимущество фирмы бывает довольно хрупкое);
- оптимизация финансовых результатов фирмы, когда формирование ассортимента основывается на объеме прибыли и ожидаемой рентабельности;
- завоевание новых покупателей путем расширения сферы применения существующей производственной программы (такой подход отличается определенной консервативностью, так как предполагает удлинение жизненного цикла устаревающих товаров за счет нахождения новых рынков сбыта, и рассчитан на краткосрочные результаты);
- соблюдение принципа гибкости за счет сфер диверсификации деятельности фирмы;
- соблюдение принципа синергизма, предполагающего расширение услуг фирмы и областей производства [14].

Маркетинговая концепция предусматривает широкий выпуск гаммы изделий одновременно, т.е. проведение ассортиментной политики, когда вся выпускаемая продукция (productmix) подразделяется на:

- виды, представляющие собой конечный продукт производственного цикла;
- подвиды по уровню качества и цены, по функциональным особенностям, предназначенные для определенных категорий покупателей или продажи через определенные каналы сбытовой сети, образующие параметрический ряд (productline);
- марки или модификации, на которые делятся подвиды продукции и которые представляют собой наиболее товарную детализированную квалификацию.

Формированию ассортимента предприятием предшествует разработка ассортиментной концепции. Она представляет собой направленное построение ассортиментной оптимальной структуры, товарного предложения, при этом за

основу принимается, необходимость обеспечить наиболее эффективное использование предприятием сырьевых, технологических, финансовых и иных ресурсов с тем, чтобы производить изделия с низкими издержками, а так же потребительские требования определенных групп (сегментов рынка),

Политика изменения ассортимента может базироваться на трех подходах:

1. Вертикальное изменение. Данный процесс направлен на расширение/сужение производства, и является составной частью вертикальной диверсификации деятельности компании.

2. Горизонтальное изменение. Одна из составляющих горизонтальной диверсификации политики. Представляет собой изменение ассортимента в рамках уже проводимой деятельности на смежные уровни в рамках кооперации, на новые рынки без перехода

3. Комплексное изменение. Диверсификация в обоих направлениях.

В соответствии с этим, расширение ассортимента может происходить на нескольких уровнях:

1) увеличение позиций однородных товаров: изменение упаковки, расфасовки, производство новых сортов, конфигурации уже освоенной продукции;

2) внедрение разнородных продуктов: развитие товарных новых направлений: диверсификация;

3) продвижение продуктов абсолютно новых (не имеющих аналогов);

4) комбинация действий: проведение ассортиментных изменений одновременно на двух или трех уровнях [14].

Важный элемент улучшения товарной политики и ассортимента в целом— изъятие неэффективных товаров из программы. Изыматься могут морально устаревшие товары и экономически, неэффективные, хотя и, возможно, пользующиеся некоторым спросом. Принятию решения об оставлении товара или изъятии в программе предприятия предшествует оценка качества показателей каждого на рынке товара. При этом необходимо учитывать объединенную информацию со всех рынков, где они реализуются,

чтобы установить уровень рентабельности (прибыльности) в динамике, и реальный объем продаж, которые обеспечивает изготовителю каждый из его товаров.

Сегодня ведущие мировые производители, а вслед за ними и региональные (локальные) компании, все чаще прибегают к диверсификации, развиваемых брендов. Это, в первую очередь, связано со спецификой сознания потребителей, для которых обнародованные и выявленные (иногда даже незначительные) недостатки в товаре под определенной торговой маркой автоматически экстраполируются на всю продукцию, выпускаемой под данным брендом.

Огромное понимание имеет значение менеджментом компаний того факта, что рыночная растущая стоимость бренда, как нематериального актива, создается годами и десятилетиями соблюдения стабильного и безупречного качества выпускаемой продукции, а разрушается почти мгновенно, иногда даже в связи с небольшими отклонениями или недостатками от рекламируемых свойств. Данное обстоятельство может служить причиной, по которой производители расширяют ассортимент под торговой новой маркой. Это позволяет сохранить доброе имя зарекомендовавшего себя бренда в случае неудачи на рынке новых позиций ассортимента.

Принятие решения о использовании старого, или о создании нового бренда, как маркетингового мощного инструмента, связано с необходимостью оценки восприятия возможных сценариев новых видов продукции на потребительском рынке, а также возможности вмешательства госструктур и общественных независимых организаций.

Если новый товар продвигается под старым брендом, то возможны два следующих исхода. Первый сценарий (оптимистический) – успех нового на рынке продукта, и связанное с этим увеличение рыночной стоимости старого бренда. Второй сценарий (пессимистический) – неудача нового продукта и связанная с этим потеря экономических инвестированных ресурсов в старую

торговую марку, при этом валовой убыток по всей компании может в несколько раз превышать убытки от новой единицы товара [31].

В том случае, когда новый товар выходит на рынок под новым брендом, то возможные финансовые результаты локализуются, а расходы на маркетинг значительно возрастают, при этом также возможны два следующих схода.

Первый – оптимистический – «рыночный успех» слабо распространяется (или не распространяется совсем) на рейтинг старого бренда. При этом возросшая прибыль компании «делит» с упущенной выгодой.

Второй – пессимистический – «рыночный провал» не распространяется на торговые марки, существовавшие ранее, поэтому имиджевые потери, финансовые убытки минимизируются.

Правильное решение должно приниматься на основе сопоставления размеров риска (вероятности) развития событий по всем вышеописанным сценариям.

Принятие окончательного решения об изъятии товара из программы или о продолжении его реализации можно упростить, если уже на стадии разработки изделия установить количественные требования к нему: уровень (норматив) окупаемости, объем продаж и/или прибыли (с учетом полных затрат ресурсов).

1.3 Методы оценки экономической эффективности

Эффективность связывается, во-первых, с минимальным объемом затрат для выполнения данной работы предприятия, а во-вторых с результативностью работы. Поэтому под эффективностью понимается результат работ с затратами сопоставленными с произведенными.

Методы оценки экономической эффективности являются важнейшим показателем развития экономики, характеризующие уровень развития производительных сил.

Оценка эффективности к построению ассортиментной стратегии должна основываться, в первую очередь, на исчислении прироста прибыли ($\Delta\text{Пр}$), полученного в связи с изменением реализуемой продукции ассортимента.

$$\Delta\text{Пр} = \Delta\text{Д} - \Delta\text{Р}, \quad (1.1)$$

где $\Delta\text{Пр}$ – изменение прибыли;

$\Delta\text{Д}$ – изменение дохода;

$\Delta\text{Р}$ – изменение расходов, вызванных сужением или расширением ассортимента.

Так как в данном случае речь идет о будущих событиях то и количественная оценка не может быть точной, поэтому менеджеры должны оценивать и рассматривать возможный прирост доходов с точки зрения его вероятности, а расчет необходимо проводить по двум сценариям – min и max.

Окончательное решение должно приниматься исходя из среднего показателя, с учетом коэффициента вариации.

В случае равенства средних полученных величин, предпочтение должно отдаваться сценарию с наименьшей вариацией.

Если определение экономических выгод от введения новых (сокращения старых) видов продукции в будущем связано с рядом трудностей, вызванных необходимостью апеллировать вероятностными оценками, неточными и «мягкими» величинами, то определение целесообразности изменения ассортимента за прошедший период представляет собой задачу менее сложную (хотя и весьма трудоемкую). Не смотря на это, необходимость проведения таких вычислений, с целью выявления финансовых результатов от ассортиментной избранной политики, не вызывает сомнений.

Решением этих задач занимается управленческий учет: исчисление рентабельности по видам деятельности, отдельным единицам продукции (центрам рентабельности), группам товаров. При этом могут использоваться те же подходы, которые использовались в целях прогнозирования. Сопоставление ожидаемых результатов с фактическими показателями может послужить не только для оценки принятия правильных решений, но также и для определения

степени тех допущений адекватности, которые были положены в основу прогноза.

Все эти расчеты могут оставаться верными при условии новых ассортиментных позиций, запросов покупателей (маркетинговая целесообразность), и тождества потребительских качеств. Если потребителю новые продукты (упаковка) не нужны, то конкурентоспособность компании может быть оценена в обратном порядке [14].

Таким образом, следует сделать вывод о том, что в условиях формирования ассортимента рыночных отношений является одним из важнейших условий организации эффективной работы предприятия. Формирование охватывает все основные сферы его производственно-хозяйственной деятельности – производство, финансы, сбыт, закупки, научные и проектные разработки. Эта деятельность опирается на прогнозирование и выявление спроса, анализ и оценку имеющихся ресурсов и перспектив развития хозяйственной конъюнктуры. Хорошо продуманная ассортиментная политика служит для руководства предприятия своего рода указателем общей направленности действий, способных скорректировать наиболее эффективное использование сырьевых, трудовых, технологических, технических, финансовых и других ресурсов, имеющихся в его распоряжении.

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЗНАМЕНСКОЕ»

2.1 Характеристика предприятия

Объектом исследования в данной выпускной квалификационной работе является ООО «Знаменское».

Землепользование ООО «Знаменское» расположено в южной части Минусинского района Красноярского края. Центральная усадьба находится в с. Знаменка, ул. Шоссейная, 29, в 35 км от районного центра г. Минусинска. Грузооборот с железной дорогой осуществляется через г. Минусинск.

ООО «Знаменское» является средним предприятием. Оно действует на основании устава, утвержденного на учредительном собрании протоколом №1 от 15.01.2008г. и создано с целью содействия наиболее полному удовлетворению потребностей в его продукции, работах, услугах и реализации на основе полученной прибыли социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и коллектива участников.

На данном этапе предприятие является убыточным, так как наблюдается снижение эффективности использования оборотных активов и рост величины дебиторской задолженности. Происходит сокращение объемов товарной продукции предприятия. Состояние пассивов баланса является удовлетворительным. Вместе с тем отмечена устойчивая тенденция роста величины и доли заемного капитала, за счет займов и кредитов предприятия.

Основным видом деятельности предприятия согласно устава является:

- Производство и реализация с.-х. продукции;
- Выращивание кормовых культур, заготовка растительных кормов;
- Разведение КРС(коней, свиней и пр.);
- Закуп бычков у населения и хозяйств, откорм и реализация;

- Переработка мяса, молочных продуктов, зерновых и зернобобовых культур;

Целями деятельности общества являются: получение прибыли и расширение рынка сельскохозяйственных товаров и услуг.

Уставный капитал общества определяет минимальный размер имущества, гарантирующий интересы его кредиторов, и составляет 150 тыс. руб.

Организационная структура сельскохозяйственного предприятия обусловлена его организационно-правовой формой.

Внутрихозяйственные органы управления подразделяются на:

- органы непосредственной демократии (общее собрание трудового коллектива, собрание подразделений);
- органы уполномоченной демократии (советы подразделений, директор назначенный);
- вспомогательные органы управления и общественные органы (ревизионная комиссия, профсоюз).

Общая схема управления делами сельскохозяйственного предприятия ООО «Знаменское» представлена на рисунке 2.1.

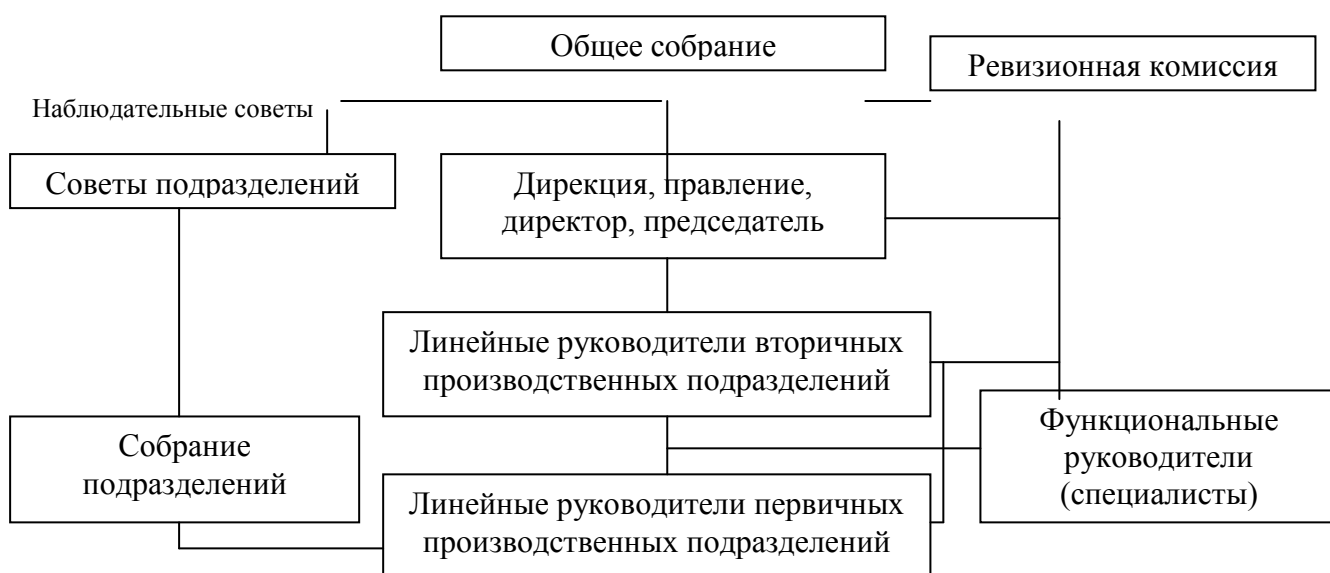


Рисунок 2.1 – Схема управления делами предприятия

Организация работы и функции органов управления предприятия.

Общее собрание – высший орган сельскохозяйственного предприятия, которое работает по коллективной модели организации труда. Общее собрание собирается по инициативе исполнительного органа 1-2 раза в год и решает самые важные вопросы хозяйственной деятельности предприятия.

Функции общего собрания:

- принимает устав;
- вносит изменения и дополнения в документы;
- избирает ревизионный совет, председателя;
- заслушивает отчеты деятельности;
- принимает решения о реорганизации и ликвидации предприятия.

Правление – исполнительный орган избирается на общем собрании в количестве 5 человек (уставными документами определяется).

Линейные руководители первичных и вторичных подразделений – организуют процесс управления на принципах единоначалия, а так же путем коллективного и коллегиального рассмотрения организационных вопросов.

Ревизионная комиссия – организует свою работу в количестве 3 человек, избирается на общем собрании вместе с председателем ревизионной комиссии.

Функции:

- контроль хозяйственной и финансовой деятельности предприятия;
- контроль всех органов управления по вопросам рационального использования материальных ресурсов;

Функциональный персонал (специалисты) осуществляют управление объектами по отдельным (частным) функциям менеджмента, экономисты – по вопросам планирования.

На региональном уровне Республики Хакасия основными производителями полуфабрикатов являются ОАО «МаВР», ТД «Конли», многочисленные ООО и ИП. Все перечисленные предприятия являются конкурентами предприятия.

Потребителями продукции, производимой предприятием, являются

многочисленные кафе, столовые и розничные торговые точки быстрого питания, принадлежащие предпринимателям г. Абакана, г. Минусинска и др. населенных пунктов Красноярского края и Республики Хакасия. Эти предприниматели предпочитают приобретать полуфабрикаты и, доводя их до полной готовности, реализуют конечному потребителю.

Предприятие работает по следующим городам: Абакану, Черногорску, Минусинску, Саяногорску, Красноярску, Иркутску и охватывает многие районы Республики Хакасия. Всего предприятие обслуживает 160 магазинов по городу Абакану, 50 по городу Черногорску, 200 по городу Минусинску, 100 по Саяногорску, 50 по п. Шира, 60 по Курагино, 70 по Краснотуранску.

2.2 Анализ баланса

Анализ актива

Цель анализа баланса - охарактеризовать структуру имущества организации и источников его финансирования.

Актив баланса — это часть бухгалтерского баланса, в которой отражается всё имущество предприятия, включая как материальные, так и нематериальные ценности.

Для выполнения анализа финансово-хозяйственной деятельности ООО «Знаменское» за период 2015-2016 гг. были использованы данные бухгалтерской отчетности, такие как, «бухгалтерский баланс» (форма №1), «отчет о прибылях и убытках» (форма № 2), «приложение к бухгалтерскому балансу» (форма № 5).

На начальной стадии анализа сформируем уплотненный аналитический баланс путем агрегирования однородных по своему составу элементов балансовых статей в необходимых аналитических разрезах.

Таблица 2.1 – Общий анализ структуры баланса

Актив	Сумма, тыс.	%	Пассив	Сумма, тыс. руб.	%
-------	----------------	---	--------	---------------------	---

	руб.				
Внеоборотные активы	9 333,0	19	Собственный капитал	26 996,0	56
Оборотные активы	38 664,0	81	Заемный капитал	21 001,0	44
Баланс	47 997,0	100	Баланс	47 997,0	100

В таблице 2.1 масштаб по объёму капитала, вовлеченного в хозяйственную деятельность предприятия, оцениваем как мелкое, т.к. валюта баланса составляет 47997,0 тыс. руб.

Структура активов характеризуется превышением оборотных активов над внеоборотными, так удельный вес мобильного имущества в 2016 году составил 81 %, а внеоборотное имущество – 19 %.

В структуре пассива предприятия большой удельный вес занимают собственные средства (56 %), что можно охарактеризовать, как отсутствие зависимости предприятия от внешних кредиторов.

Анализ общей оценки динамики и структуры показателей активов предприятия представлены в таблице 2.2

Таблица 2.2 – Показатели структуры и динамики активов

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Всего активов:	39883,0	100	47997,0	100	8114,0	20,3
в том числе:						
внеоборотные	9152,0	100	9333,0	100	181,0	1,9
из них:						
оборотные	30731,0	100	38664,0	100	7933,0	25,8
из них:						
материальные	16966,0	55,2	23800,0	61,6	6834,0	135,4
Финансовые	22248,0	72,4	26761,0	69,3	4516,0	654,8

В таблице 2.2 основной группой активов на предприятии являются оборотные активы, которые в 2015 году составляли 77,1 %, однако к 2016 году произошло их увеличение в структуре до 80,6 %, при этом если рассматривать абсолютную их величину, то за рассматриваемый период также наблюдается их увеличение на 8114,0 тыс. руб. или 20,3 %.

За анализируемый год произошло увеличение величины имущества предприятия с 39883,0 тыс. руб. до 47997,0 тыс. руб., что свидетельствует об улучшении финансового положения предприятия.

Внеоборотные активы представлены исключительно материальным имуществом, в котором присутствуют лишь основные средства.

Их величина в течение анализируемого периода возросла на 181 тыс. руб. или 1,9 %.

Для оценки основных средств предприятия их физического износа и движения, необходимо использовать данные баланса и остатков на счетах аналитического учета основных средств. Показатели приведены в таблице 2.3

Таблица 2.3 – Расчет показателей физического износа

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Всего	в т.ч. активная часть	Всего	в т.ч. активная часть	Всего	в т.ч. активная часть
Основные средства всего	9152,0	-	9333,0	-	181,0	-
Начисленный износ всего	496,0	-	787,0	-	291,0	-
Коэффициент износа	0,05	-	0,08	-	0,03	-
Коэффициент годности	18,4	-	11,9	-	-6,5	-

Как видно по представленным данным в таблице 2.3 в 2016 году предприятие располагает основными средствами в размере 9333,0 тыс. руб., это на 3,7 % больше, чем в 2015 году. Увеличение связано с приобретением новых машин, транспорта и продуктивного скота.

Суммы начисленного износа свидетельствуют о том, что на предприятии действуют сравнительно новые фонды, что является положительным фактом, свидетельствующим о незначительном физическом износе оборудования и машин, что должно положительно сказываться на продукции, производимой предприятием.

Показатели износа свидетельствуют о том, что предприятие осуществляет политику годности и износа основных средств. Коэффициент годности

снизился на 6,5 %. Вместе с тем прослеживается динамика увеличения коэффициента износа предприятия – на 0,03 % в течение года.

Рассчитаем показатели эффективности использования основных средств предприятия за 2015 - 2016 гг., данные оформим в таблице 2.4

Таблица 2.4 – Показатели эффективности использования основных ОПФ

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Фондоотдача	4,9	3,9	-20,7
Фондоемкость	0,2	0,3	0,06
Фондорентабельность	0,8	0,5	-0,3

Использование основных средств, характеризующееся фондоотдачей в таблице 2.4, невысокое. На один рубль основного средства, приходится 4,9 руб. на начало 2015 года и 3,9 на конец 2016 года. Снижение фондоотдачи произошло за счет более низкого темпа снижения выручки от реализации продукции, чем рост стоимости основных средств предприятия на конец года. Также снизилась фондорентабельность на 0,3 руб. Снижение произошло за счет увеличения стоимости основных производственных фондов и снижения суммы чистой прибыли. И произошло незначительное увеличение фондоемкости предприятия на 0,06 руб. Это означает, что производственные мощности используются нерационально, их загруженность недостаточно полная.

Состояние оборотных активов и их динамика, как абсолютных, так и относительных показателей представлены в таблице 2.5

Таблица 2.5 – Показатели структуры и динамики оборотных активов

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Оборотные активы всего:	30731,0	100	38664,0	100	7933,0	25,8
в том числе:						
Запасы	8483,0	27,6	11900,0	30,8	3417,0	40,3
сырье, материалы	2190,0	7,1	3558,0	9,2	1368,0	62,5
готовая продукция	6293,0	20,5	8342,0	21,6	2049,0	32,6
Дебиторская задолженность	21618,0	70,3	25625,0	66,3	4007,0	18,5
Финансовые вложения	410,0	1,3	410,0	1,1	-	-
Денежные средства	80,0	0,3	589,0	1,5	509,0	636,3
Прочие оборотные активы	140,0	0,5	140,0	0,4	-	-

Оборотные активы в таблице 2.5 как в 2015 г. так и в 2016 г. представлены преимущественно материальными составляющими (сырье, материалы, готовая продукция). Величина оборотных активов в течении анализируемого периода увеличилась на 7933,0 тыс. руб. или 25,8 %.

Дебиторская задолженность увеличилась на 4007,0 тыс. руб.

Анализ показателей эффективности использования оборотных активов необходимо провести с использованием показателей оборачиваемости текущих активов. Данные приведены в таблице 2.6

Таблица 2.6 – Расчет общих показателей оборачиваемости оборотных активов

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Выручка от продажи, тыс. руб.	44850,0	36253,0	-8597,0
Средние остатки Оборотных средств*, тыс. руб.	30731,0	38664,0	7933
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	1,5	0,9	-0,5
Длительность одного оборота, дней	246,7	383,9	137,2

В таблице 2.6 как в 2015 году, так и в 2016 году коэффициент оборачиваемости характеризовался незначительной оборачиваемостью, его величина составляла в среднем 1,5 оборота в год. В этой связи и срок прохождения оборотного капитала по всем стадиям кругооборота отличался длительностью: в 2015 г. – 247 дней, в 2016 г. – 384 дня. Длительность оборота текущих активов с одной стороны характерно для сельскохозяйственного производства, а с другой, свидетельствует о неэффективности их использования.

Анализ показателей эффективности использования дебиторской задолженности представлен в таблице 2.7

Таблица 2.7 – Группировка дебиторской задолженности

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Дебиторская задолженность	21618,0	100	25625,0	100	4007,0	18,5
в том числе:						

покупатели и заказчики	5602,0	25,9	13720,0	53,5	8118,0	144,9
прочие дебиторы	16016,0	74,1	11905,0	46,5	4111,0	25,7

Финансовое положение предприятия зависит от того, насколько быстро средства, вложенные в активы, превращаются в реальные деньги.

В структуре дебиторской задолженности в таблице 2.7 произошли изменения: доля долгов покупателей и заказчиков выросла с 25,9 % до 53,5 % в течение года. Доля прочих дебиторов снизилась с 74,1 % до 25,7 %.

Анализ пассива

Пассив баланса – это часть бухгалтерского баланса предприятия, отражающая источники получения средств предприятием в денежном выражении, их состав и происхождение.

Исследование пассивов на предприятии необходимо начать с общего анализа их состава и динамики в таблице 8.

Таблица 2.8 – Показатели структуры и динамики пассивов

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Всего источников	39883,0	100	49997,0	100	8114,0	20,3
в том числе:						
собственных	24332,0	61,0	26996,0	56,3	2664,0	10,9
заемных	15551,0	38,9	21001,0	43,8	5450,0	35,0
из них:						
краткосрочных	15551,0	38,9	21001,0	43,8	5450,0	35,0

Пассив баланса в таблице 2.8 представлен как собственным капиталом, так и заемным. Сумма пассивов сельскохозяйственного предприятия к концу периода увеличилась на 20,3 %, составив 47997,0 тыс. руб. Эту динамику обеспечил рост собственного капитала на 10,9 % и заемного на 35,1 %.

Капитал – средства, которыми располагает субъект хозяйствования для осуществления своей деятельности для получения прибыли.

Оценивая структуру пассивов данного предприятия, необходимо отметить, что его деятельность как в 2015 г., так и в 2016 г. обеспечивалась преимущественно собственным капиталом. Его доля в структуре пассивов была в 2015 г. 61,0 %. Однако к 2016 г. удельный вес собственного капитала сократился до 56,3 %, что оценивается отрицательно и свидетельствует об усилении зависимости предприятия от кредиторов.

Таблица 2.9 – Группировка обязательств по категориям

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Обязательства всего:	15551,0	100	21001,0	100	5450,0	35,0
в том числе:						
кредиты и займы	15000,0	96,4	20000,0	95,2	5000,0	33,3
кредиторская задолженность всего	551,0	3,5	1001,0	4,8	450,0	81,7

В таблице 2.9 кредиты и займы увеличились за анализируемый год на 5000,0 тыс. руб. или на 35,0 %.

Таблица 2.10 – Группировка обязательств по срокам погашения и образования

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Заемные средства всего:	15551,0	100	21001,0	100	5450,0	35,0
в том числе:						
кредиты и займы	15000,0	96,4	20000,0	95,2	5000,0	33,3
кредиторская задолженность	551,0	3,5	1001,0	4,8	450,0	81,7

В таблице 2.10 заемные средства составили за 2015 год 15551,0 тыс. руб., за 2016 год 21001,0 тыс. руб. произошло увеличение на 35 %. Из них кредиты и займы увеличились на 5000,0 тыс. руб. Так же незначительное увеличение произошло в кредиторской задолженности, которая составила 450,0 тыс. руб.

Анализ баланса показал, что в структуре активов характеризуется превышением оборотных активов над внеоборотными. Произошло увеличение

величины имущества предприятия, а так же выросла величина основных средств.

Оценивая пассив предприятия, необходимо отметить, что его деятельность обеспечивалась преимущественно собственным капиталом. Однако, к 2016 г., удельный вес сократился, что свидетельствует об усилении зависимости предприятия от кредиторов.

2.3 Показатели ликвидности и финансовой устойчивости

Финансовая устойчивость отражает такое состояние финансовых ресурсов, при котором организация, свободно маневрируя денежными средствами.

Ликвидность и финансовую устойчивость предприятия необходимо начать с анализа обеспеченности материальных активов источниками финансирования в таблице 2.11

Таблица 2.11 – Показатели обеспеченности материальных активов тыс. руб.		
Показатели	2015 г.	2016 г.
Собственный капитал	24332,0	26996,0
Внеоборотные активы	9152,0	9333,0
Собственные оборотные средства (СОС)	15180,0	17663,0
Краткосрочные заемные средства	1500,0	20000,0
Общая величина основных источников	30180,0	37663,0
Общая величина запасов и затрат	8483,0	11900,0
Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств	6697,0	5763,0
Излишек (+) или недостаток (-) собственных или долгосрочных источников	6697,0	5763,0
Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников	21697,0	25763,0

Из таблицы 2.11 видно, что собственный капитал предприятия составил за 2015 г. 24332,0 тыс. руб., за 2016 г. 26996,0 тыс. руб., произошло значительное увеличение капитала на 2664,0 тыс. руб. Так же произошло

увеличение таких показателей как: внеоборотных активов на 181,0 тыс. руб., СОС на 2483,0 тыс. руб.

Общая величина основных источников увеличилась на 7483,0 тыс. руб. Самый высокий излишек общей величины основных источников составил 4066, тыс. руб. А недостаток получился собственных и долгосрочных источников и собственных оборотных средств 934,0 тыс. руб.

Таблица 2.12 – Расчет коэффициентов финансовой устойчивости

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения	Нормативное значение
Коэффициент автономии	0,61	0,56	-0,05	$\geq 0,5$
Коэффициент обеспеченности запасов	1,58	1,86	0,3	$\geq 0,6$
Коэффициент обеспеченности оборотных средств	3,36	4,14	0,8	$\geq 0,1$
Коэффициент маневренности	0,62	0,65	0,03	$\geq 0,3$

Анализ показателей финансовой устойчивости в таблице 2.12 выявил рост следующих показателей: коэффициент соотношения обеспеченности запасов, коэффициент соотношения обеспеченности оборотных средств, коэффициент маневренности – оценивается положительно. Вместе с тем отмечено сокращение коэффициента автономии, что свидетельствует об усилении зависимости предприятия от внешних кредиторов.

Все показатели не отвечают нормативным значениям, что свидетельствует о наличии проблемы финансовой устойчивости.

Необходимо данные бухгалтерского баланса перегруппировать по степени срочности обязательств и обеспечение их активами предприятия в таблице 2.13

Таблица 2.13 – Группировка статей баланса для анализа его ликвидности

Актив	2015 г., тыс. руб.	2016 г., тыс. руб.	Пассив	2015 г., тыс. руб.	2016 г., тыс. руб.
Наиболее ликвидные активы	490,0	999,0	Наиболее срочные пассивы	551,0	1001,0
Быстрореализуемые активы	21758,0	25765,0	Краткосрочные пассивы	15000,0	20000,0

Медленно реализуемые активы	8483,0	11900,0	Долгосрочные пассивы	0	0
Трудно реализуемые активы	9152,0	9333,0	Постоянные пассивы	24332,0	26996,0
ИТОГО:	39883,0	47997,0	ИТОГО:	39883,0	47997,0

Сопоставление итогов групп по активам и пассивам в таблице 2.13 демонстрирует то, что ликвидность баланса не является абсолютной:

1. Ан.л. <Пн.с.
2. Аб.р. >Пк.с.
3. Ам.р. >Пд.с.
4. Ат.р. <Пconst

Однако нельзя однозначно назвать отсутствие абсолютной ликвидности баланса отрицательным явлением. В идеальной ликвидности заинтересованы кредиторы предприятия, но не его менеджеры.

Таблица 2.14 – Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэффициента	2015 г.	2016 г.	Нормативные значения	
			Отечественные нормативы	Зарубежные нормативы
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,005	0,038	$\geq 0,1$	$\geq 0,2$
Коэффициент критической ликвидности	1,39	1,23	$\geq 0,7-0,8$	$\geq 1,5$
Коэффициент текущей ликвидности	1,94	1,81	$\geq 1,2-1,5$	$\geq 2,0$

Коэффициент абсолютной ликвидности в таблице 2.14 показывает, какую часть краткосрочной задолженности предприятие может погасить в ближайшее время. Значения коэффициента за 2015-2016 гг. соответствуют нормативным.

Значения коэффициента критической ликвидности возросли в течение анализируемого периода и превысили нормативные пределы, что не может оцениваться однозначно.

Коэффициент текущей ликвидности показывает прогнозируемые платежные возможности данного предприятия при условии своевременного расчета с дебиторами. Сокращение значения данного коэффициента в динамике указывает на необходимость постоянной работы с дебиторами, чтобы обеспечить возможность обращения наиболее ликвидной части оборотных средств в денежную форму для расчетов.

Таблица 2.15 – Анализ дебиторской и кредиторской задолженностей

Показатели	Дебиторская задолженность	Кредиторская задолженность
Сумма предыдущего периода, тыс. руб.	21618,0	551,0
Сумма отчетного периода, тыс. руб.	25625,0	1001,0
Темп роста, %	0,16	0,45

Анализ дебиторской и кредиторской задолженностей в таблице 2.15 свидетельствует о следующем:

Сумма дебиторской задолженности за 2015 г. и за 2016 г. увеличилась на 4007,0 тыс. руб. Темп роста составил 0,16 %. Так же произошло увеличение кредиторской задолженности на 450,0 тыс. руб. Темп роста составил 0,45 %.

2.4 Оценка эффективности деятельности предприятия

Эффективность предприятия определяется в конечном счете финансовым результатом - прибылью или другим финансовым показателем: выручкой, деловой активностью и рентабельностью.

Абсолютные показатели выручки и прибыли, их тенденция позволяют оценить в целом об успешности деятельности предприятия в таблице 2.16

Таблица 2.16 – Анализ финансовых результатов

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продажи	44850,0	36253,0	-8597,0	-19
Себестоимость продаж	37214,0	31459,0	-5755,0	-15
Валовая прибыль (убыток)	7636,0	4794,0	-2842,0	-37
Прибыль (убыток) от продаж	7636,0	4794,0	-2842,0	-37,2
Проценты к уплате	1604,0	1732,0	128,0	7,9
Прочие доходы	1719,0	416,0	-1303,0	-75,8
Прочие расходы	260,0	586,0	326,0	125,4
Прибыль (убыток) до налогообложения	7491,0	2892,0	-4599,0	-61
Текущий налог на прибыль	350,0	228,0	-122,0	-35
Чистая прибыль (убыток)	7141,0	2664,0	-4477,0	-63

Данные таблицы 2.16 свидетельствуют о том, что в 2015 - 2016 гг. предприятие ухудшило свое положение: прибыль от продаж сократилась на 8597,0 тыс. руб. Предприятие продает производимую им продукцию, однако в 2015 г. цены на данную продукцию были значительно ниже, чем в 2016 году.

Сокращение прибыли произошло так же из-за уменьшения объемов реализации. При этом снизилась выручка предприятия на 19 %. Себестоимость продукции также сократилась, но лишь на 15 %. Снижение выручки предприятия опережает сокращение себестоимости, что приводит к уменьшению валовой прибыли на 37 %.

Также прослеживается тенденция сокращения прибыли предприятия до налогообложения – на 61 % и чистой прибыли – на 63 % в течение анализируемого периода.

Деловую активность предприятия целесообразно оценивать с помощью системы следующих показателей, приведенных в таблице 2.17

Таблица 2.17 – Показатели деловой активности

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонение, %
Коэффициент деловой активности	1,12	0,76	-0,36
Фондоотдача основных средств	4,90	3,88	-1,02
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	1,46	0,94	-0,52
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	1,84	1,34	-0,5
Коэффициент оборачиваемости заемного капитала	2,99	1,81	-1,18

Коэффициент деловой активности предприятия в таблице 2.17 сократился на 0,36 %; что оценивается отрицательно. Руководству предприятия необходимо развивать производство, увеличивать объемы выпускаемой продукции, расширять ассортимент.

Использование основных фондов, характеризующееся фондоотдачей, невысокое. На один рубль основного средства, приходится 4,9 рубля на начало 2016 года и 3,88 на конец 2016 года. Увеличение фондоотдачи произошло за счет более низкого темпа снижения выручки от реализации продукции, чем рост стоимости основных средств предприятия на конец года.

Коэффициент оборачиваемости оборотных активов в 2016 г. уменьшился по сравнению с 2015 г. на 0,52 %. В целом оборачиваемость оборотных средств очень маленькая. Запасы используются не эффективно.

Эффективность использования собственного капитала отражает коэффициент оборачиваемости собственного капитала. Использование собственного капитала стало менее эффективным на 0,5 %, это отрицательное явление для предприятия.

Коэффициент оборачиваемости заемного капитала снизился на 1,18 %. Он характеризует предприятие не с лучшей стороны. Использование заемного капитала не эффективное: на конец 2016 года на рубль выручки приходится 1,81 рубля заемного капитала.

Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности, окупаемость затрат; их значения отражают соотношения эффекта использованных ресурсов.

Анализ показателей рентабельности представлен в таблице 2.18

Таблица 2.18 – Показатели рентабельности

Показатели	2015 г.	2016 г.	процент
			Отклонение
Рентабельность продаж	17,03	13,22	-3,81
Рентабельность основной деятельности	20,52	15,24	-5,28
Рентабельность активов	18,78	6,03	-12,75
Рентабельность собственного капитала	47,61	17,76	-29,85

В таблице 2.18 рентабельность продаж для предприятия – коэффициент положительный, он уменьшился по сравнению с прошлым годом на 3,81 %. Это говорит о том, что предприятие снижает эффективность своей деятельности.

Рентабельность основной деятельности уменьшилась на 5,28 %.

Рентабельность активов сократилась на 12,75 %.

Коэффициент рентабельности собственного капитала уменьшился на 29,85 %. Это показывает окупаемость вложенных инвестиций.

2.5 Управленческий анализ

Главная цель управленческого анализа – проанализировать ход выполнения производственной программы с целью прогнозирования возможных результатов, а также анализ производства.

Анализ динамики основных экономических показателей за 2015 – 2016 гг. представлен в таблице 2.19

Таблица 2.19 – Динамика основных экономических показателей

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%
Товарная продукция	83244	69806	-13438	-16,14
Затраты на производство продукции	78923	74202	-4721	-5,98
Выручка от реализации продукции	44850	36253	-8597	-19,17
Полная себестоимость	37214	31459	-5755	-15,46
Прибыль (убыток) до налогообложения	7491	2892	-4599	-61,39
Прибыль чистая	7141	2664	-4477	-62,69
Стоимость имущества	39883	47997	8114	20,34

На основании таблицы 2.19 следует сделать об отрицательной динамике изменения основных экономических показателей: отмечено сокращение товарной продукции на 16,14 %, выручки – на 19,17 %.

При этом темпы сокращения товарной продукции превышают темпы снижения затрат на ее производство, а темпы сокращения выручки от реализации продукции – темпы снижения ее себестоимости, что оценивается отрицательно и свидетельствует о снижении эффективности производственной деятельности.

На территории Знаменского сельского совета проживает 1389 человек, в том числе трудоспособных 958 человек.

Обеспеченность рабочей силы предприятие составила в 2016 г., всего:

- среднегодовая численность за отчетный период составило всего 26 человек, в том числе занятых в сельскохозяйственном производстве 12 человека, в том числе:

- сезонные рабочие – 1 человек;
 - постоянные рабочие – 12 человек;
- из них:
- трактористы-машинисты – 2 человека;
 - операторы машинного доения – 6 человек;

– скотники крупного рогатого скота – 4 человека;

– служащие – 8 человек;

из них:

– руководители – 3 человека;

– специалисты – 5 человек;

– работники, занятые в подсобных промышленных объектах и промыслах – 2 человека;

– работники торговли и общественного питания – 4 человека.

Наибольший вес в структуре общей численности работников занимают работники непосредственно не связанные с сельским хозяйством.

Анализ общей численности работников на предприятии представлен в таблице 2.20

Таблица 2.20 – Общая численность работников на предприятии

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения	
			Абс., чел.	%
Служащие	8	8	-	-
Вспомогательные рабочие	4	6	2	50
Основные рабочие	10	12	2	20
Итого	22	26	4	18,18

Таким образом в таблице 2.20, за анализируемый период количество работающих на предприятии изменилось незначительно: на 4 чел. возросла общая численность работников.

Анализ состояния персонала на предприятии за 2015 – 2016 гг. представлен в таблице 2.21

Таблица 2.21 – Состояние персонала

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения	
			Абс., чел.	%
Среднесписочная численность работников, чел.	22	26	4	18,18
ИТР, чел., всего	8	8	0	0
В том числе:				
- руководители	3	3	0	0
- специалисты	5	5	0	0

- служащие	0	0	0	0
Рабочие, чел., всего	14	18	4	28,57
В том числе:				
- основные производственные	10	12	2	20
- вспомогательные	4	5	1	25
МОП, чел.	0	0	0	0

Выявлен существенный рост числа вспомогательных рабочих предприятия: на 1 чел. или 25%.

Анализ заработной платы на предприятии за 2015 – 2016 гг. представлен в таблице 2.22

Таблица 2.22 – Анализ заработной платы на предприятии

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения	
			Абс.	%
Фонд заработной платы, тыс. руб.	1389,0	1767,0	378,0	27,21
Средняя заработная плата, тыс. руб.	63,1	67,9	4,8	7,64
В том числе рабочих:	-	-	-	-
выработка на одного работника, тыс. руб.	3783,8	2684,8	-1098,9	-29,04
в том числе рабочего	5946,0	3878,1	-2067,8	-34,78

Данные таблицы 2.22 свидетельствуют о снижении эффективности использования персонала на предприятии. За период 2015-2016 гг. снижение выработки на предприятии сопровождается ростом фонда заработной платы.

Вместе с тем, средняя заработная плата работника выросла на 7,64 % в течение анализируемого периода, что может положительно влиять на мотивированность к труду работников. Руководству предприятия следует рассмотреть возможность повышения эффективности труда на предприятии.

Основной капитал предприятия занимает существенную долю в структуре имущественного комплекса. Он непосредственно участвует в создании материальных ценностей, взаимосвязан с конкурентоспособностью продукции, тем самым, оказывает определенное влияние на экономическую устойчивость предприятия.

Анализ структуры и динамики себестоимости предприятия за 2015-2016 гг. представлен в таблице 2.23

Таблица 2.23 – Структура и динамика себестоимости продукции

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	руб.	%	руб.	%	Абс	%
Материальные затраты	30332,0	81,51	26392,0	83,89	-3940,0	-12,99
Затраты на оплату труда	1389,0	3,73	1767,0	5,62	378,0	27,21
ЕСН	21,0	0,06	35,0	0,11	14,0	66,67
Амортизация	496,0	1,33	787,0	2,50	291,0	58,67
Прочие	4976,0	13,37	2478,0	7,88	-2498,0	-50,20
Всего	37214,0	100	31459,0	100	-5755,0	-15,46

Анализ структуры и динамики себестоимости продукции предприятия в таблице 2.23 выявил следующие тенденции: преобладание материальных затрат; рост общей суммы затрат предприятия и существенное увеличение прочих расходов в течение анализируемого периода.

2.6 Заключительная оценка деятельности предприятия

В результате проведенного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Знаменское» были выявлены следующие особенности состояния и развития предприятия:

Масштаб по объёму капитала, вовлеченного в хозяйственную деятельность предприятия оцениваем как мелкое, т.к. валюта баланса составляет 47997,0 тыс. руб. Структура активов характеризуется превышением оборотных активов над внеоборотными, так удельный вес мобильного имущества в 2016 году составил 81 %, а внеоборотное имущество – 19 %. В структуре пассива предприятия большой удельный вес занимают собственные средства (56 %), что можно охарактеризовать, как отсутствие зависимости предприятия от внешних кредиторов.

Состояние актива баланса сельскохозяйственного предприятия следует признать удовлетворительным. Предприятие обеспечено основными средствами, однако наблюдается снижение эффективности использования оборотных активов и рост величины дебиторской задолженности. Руководству предприятия необходимо совершенствовать порядок расчетов с дебиторами.

Состояние пассивов баланса является удовлетворительным. Вместе с тем отмечена устойчивая тенденция роста величины и доли заемного капитала, как за счет займов и кредитов предприятия, что может способствовать ухудшению финансового состояния предприятия в последующем периоде.

Баланс предприятия следует признать ликвидным.

Анализ показателей эффективности деятельности предприятия за 2015-2016 гг. показал сокращение его основных показателей, таких как выручка, прибыль от продаж и всех показателей рентабельности деятельности предприятия. Отрицательная динамика прослеживается также в отношении общей деловой активности предприятия и всех показателей эффективности использования ресурсов.

Существенным является снижение чистой прибыли с 7141,0 тыс. руб. до 2664,0 тыс. руб. в течение года. Основной причиной данной тенденции является сокращение объемов товарной продукции предприятия.

Следует отметить, что предприятие динамично развивается, ежегодно получает прибыль как результат производственной и финансово-хозяйственной деятельности, расширяет географические рамки реализации производимой продукции, увеличивает персонал сотрудников.

Однако на данном этапе выявленным существенным недостатком финансово-хозяйственной деятельности предприятия является снижение, как показателей деловой активности, так и показателей рентабельности деятельности предприятия; что оценивается отрицательно.

Существенным является снижение чистой прибыли предприятия с 7141 тыс. руб. до 2664,0 тыс. руб. в течение года. Основной причиной данной тенденции является сокращение объемов товарной продукции предприятия.

Выявленные тенденции объясняются неграмотным менеджментом предприятия. Следовательно, в сложившейся ситуации руководству предприятия необходимо развивать производство, увеличивать объемы выпускаемой продукции, расширять ассортимент. Возможный вариант

расширения ассортимента производимой продукции представлен в третьей главе данной дипломной работы.

2.7 Вопросы экологии

Особенность аграрного сектора экономики заключается в воспроизводстве живых организмов – растений и животных и поэтому он сохраняет специфику производственных процессов, обусловленную природными факторами.

Территория предприятия ООО «Знаменское» расположена в степной и частично лесостепной зонах. Грунтовые воды находятся на глубине до 10 метров.

Почвы в основном представлены двумя типами: тёмно-каштановыми и чернозёмами. Почти все они подвержены действию ветровой эрозии, которую вызывают сильные бури и ветры в весенне-летний период. Характерными особенностями климата являются: короткое жаркое лето и продолжительная зима, резкие колебания температур и небольшое количество осадков в зависимости от разных форм рельефа и высоты.

Растительный покров на котором находится предприятие, располагает ассоциациями различных травянистых растений. Из злаков встречаются: овсяница, ковыль, осока.

Климат резко-континентальный. Максимальная температура самого тёплого месяца – июль до +39°C, самого холодного месяца – январь до –40°C. Наибольшее количество осадков 170 миллиметр – выпадает в летний период. В основном природно-климатические условия позволяют предприятию выращивать все сельскохозяйственные культуры, расположенные в данной зоне.

Разведение животных и возделывание сельскохозяйственных растений – наиболее активные формы взаимодействия природы и человека. Параллельно

происходит и обратный процесс – рост «давления» – засоление, эрозия, заболачивание почв, загрязнение почв тяжелыми металлами, гибель полезной микрофлоры. В результате в нежелательном направлении нарушается экологический баланс, изменяются элементы экологических систем.

В настоящее время у предприятия имеется экологическая паспортизация, которая служит для документального описания эколого-экономических характеристик объектов природоохранной деятельности – территорий.

Экологический паспорт разрабатывается для учета всех видов воздействий на окружающую среду. Паспорт дает возможность осуществить экологическую аттестацию хозяйственного объекта предприятия по признакам его соответствия предельно допустимым требованиям экологической технoемкости и техногенной нагрузки территории.

ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАСШИРЕНИЮ АССОРТИМЕНТА ПРОИЗВОДИМОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «ЗНАМЕНСКОЕ»

3.1 Обоснования мероприятий по расширению объемов производимой продукции на предприятии

В настоящее время технология быстрой заморозки полуфабрикатов получила большое распространение и используется при производстве различных видов продуктов. Это касается и стандартных полуфабрикатов (пельмени, котлеты, манты, вареники), и последних веяний нашего времени (готовые блюда: блинчики, колбаски для пикника). Предприятие ООО «Знаменское» специализируется на производстве как замороженных полуфабрикатов, требующих дальнейшей термической обработки, так и таких замороженных продуктов, которые готовы к употреблению сразу после разморозки.

При производстве на предприятии используют сырье, преимущественно, отечественного производства. Качество гарантируется жестким входным контролем. Мясомолочное направление контролирует ветеринарный врач. Кроме этого, каждый этап производства продукта находится под наблюдением технологов и мастеров. Благодаря использованию технологии «шоковой заморозки» (замораживание при $t -40^{\circ}\text{C}$ и дальнейшее хранение при $t -18^{\circ}\text{C}$), главным консервантом продуктов предприятия является холод. Именно поэтому срок их хранения достигает 6 месяцев без малейших потерь качественных и вкусовых свойств.

Структура выручки реализуемой в настоящее время продукции на предприятии в т.ч. доля выручки от реализации замороженных полуфабрикатов в разрезе существующих наименований и их долей представлены в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Структура продукции ООО «Знаменское» в 2016 г.

Наименование продукции	Выручка от реализации, тыс. руб.	Доля в общем объеме реализованной продукции, %
Общий объем реализованной продукции	36253,0	100
в т.ч.		
Замороженные полуфабрикаты	23310,6	64,3
– блины	4459,1	12,3
– вареники	3226,5	8,9
– голубцы	1848,9	5,1
– пельмени	8011,9	22,1
– манты	1740,1	4,8
– хинкали	833,8	2,3
– чебуреки	1305,1	3,6
– иные полуфабрикаты	1885,1	5,2
Колбасы	3552,7	9,8
Деликатесы	761,3	2,1
Изделия из курицы	1232,6	3,4
Мясо и субпродукты	5691,7	15,7
Молочная продукция	1703,8	4,7

Данные таблицы 3.1 свидетельствуют о том, что в структуре реализованной продукции в 2016 г. на общую сумму 36253 тыс. руб. преобладают замороженные полуфабрикаты – 64,3 % или 23310,6 тыс. руб. Подавляющую долю полуфабрикатов составили пельмени – 22,1 % или 8011,9 тыс. руб., а также блины с разнообразными начинками 12,3 % или 4459,1 тыс. руб.

На региональном уровне Республики Хакасия основными производителями полуфабрикатов являются ОАО «МаВР», ТД «Конли», многочисленные ООО и ИП. Все перечисленные предприятия являются конкурентами ООО «Знаменское», а потому следует определить предпочтения и пожелания покупателей данной продукции с целью определения возможных наименований продукции, внедряемых в производство в перспективе.

В Красноярском крае и в Республике Хакасия, как и в иных регионах на рынке «царь горы» – это пельмени, вареники и блинчики (до 90 %), а в столице стремительно увеличивается спрос на пиццу, объемы реализации которой вскоре будут сопоставимы с продажами вареников (при условии, что компании доработают качество замороженной продукции). Быстрыми темпами растут продажи рыбных полуфабрикатов, а также из замороженного слоеного теста.

В ходе проведения исследования были использованы основные методы сбора и анализа маркетинговой информации из вторичных и первичных источников:

Первичная информация – опросы потребителей.

Вторичная информация:

- статистические органы (ФСГС, региональное отделение статистики по РХ);
- средства массовой информации (отраслевые и специализированные журналы, газеты);

Результаты полученных данных представлены на рисунке 3.1

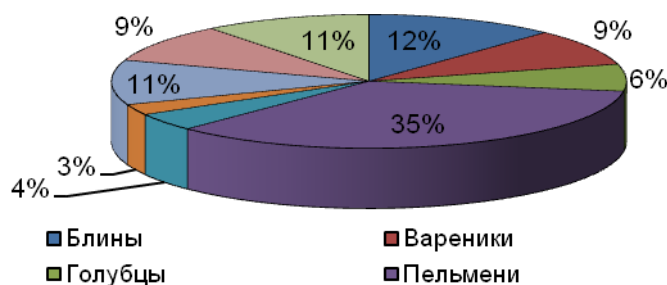


Рисунок 3.1 – Желаемые предпочтения покупателей продукции предприятия.

Выявленные желаемые предпочтения покупателей продукции – полуфабрикатов отражают тот факт, что большинство предпочли бы увидеть среди продукции, разнообразные пельмени, мясные полуфабрикаты.

Сравним структуру продукции реализуемых в настоящее время предприятием и предпочтения покупателей в таблице 3.2

Таблица 3.2 – Сравнение замороженных полуфабрикатов и предпочтений покупателей

Наименование продукции	Доля в общем объеме реализованной продукции, %	Доля в общем объеме предпочтений покупателей, %
Замороженные полуфабрикаты	100	100
– Блины	19,13	12
– Вареники	13,84	8,9
– Голубцы	7,93	6,5
– Пельмени	34,37	35
– Манты	7,46	4,3
– Хинкали	3,58	2,6
– Иные полуфабрикаты	8,09	9,4
– Мясные полуфабрикаты	0	10,5

Сравнение структуры замороженных полуфабрикатов и предпочтений покупателей в таблице 3.2 показало существенные расхождения по ряду товарных позиций:

- 10,5 % покупателей предпочли бы видеть на прилавках данный продукт;
- покупатели предпочли бы уменьшить долю блинов на 7,13 %; вареников – на 4,96 %; мантов – на 3,16 %; хинкали – на 0,98 %.

Все выше изложенное подтверждено реальными возможностям роста и укрепления на рынке ООО «Знаменское» за счет расширения ассортимента производимой продукции.

3.2 Расчет показателей по внедрению мероприятий

К мясным полуфабрикатам относят изделия, подготовленные для кулинарной обработки. Основным сырьем для изготовления мясных полуфабрикатов служат мясо разных видов и субпродукты. Для приготовления отдельных полуфабрикатов используют муку, яйцо, сухари и специи.

Прогнозируемый план производства мясных полуфабрикатов для предприятия составит 5 т в смену перерабатываемого мясного сырья (см. таблицу3).

Согласно ВНТП-04-86 примем следующую разбивку сырья в таблице 3.3

Таблица 3.3 – Расчет расхода сырья

Сырье	Соотношение, %	Масса сырья, кг
Мясопродукты:	100	5000
– Говядина (1 кат.)	60	3000
– Свинина (обрезная)	25	1250
– Баранина	15	750

Предлагаемая производственная программа полуфабрикатов представлена в таблице 3.4

Таблица 3.4 – Производственная программа мясных полуфабрикатов

Наименование крупнокускового полуфабриката	Расчётная масса, кг	Наименование изготавливаемых полуфабрикатов	Выход, кг	Количество, шт.	Общая масса, кг
1	2	3	4	5	6
Говядина 1 категории 3000 кг					
Спинная часть (толстый край)	51	- антрекот	0,125	20	2,5
		- ромштекс без панировки	0,125	0	5
		- бефстроганов	0,25	15	3,75
				0	8,75
Поясничная часть (тонкий край)	48			29	7,25
		- антрекот	0,125	14	1,75
		- бефстроганов	0,25	6	1,5
				11	2,75
Боковой и наружный кусок	303			9	9,75
		- говядина	0,125	16	2
		- духовая	0,5	00	00
		- азу		20	10
Верхний и внутренний кусок	195			6	03
		- зразы натуральные	0,125	80	10
		- бефстроганов	0,25	0	00
				38	9,5

Лопаточная и подлопаточная часть	195	- гуляш	0,5	390	195
Грудинка (мякоть)	84	- гуляш - целый кусок	0,5	56	2856
Покромка	123	- гуляш	0,5 0,25	120 252	60063
Котлетное мясо	1209	- бифштекс рубленный - котлеты - фарш говяжий	0,08 0,056	5000 7150	4000400,408,6
Свинина 2 категории, обрезная					

Окончание таблицы 3.4

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

Вырезка корейка без рёберной кости	137	- эскалоп - мясо для шашлыка - отбивные	0,125 0,5 0,07	50 0 79 50 0	
Тазобедренная часть	321,2 5	- шницель - поджарка	0,125 0,5	96 0 22 0	1 20 1 10
Лопаточная часть	126,2 5	- свинина духовая - гуляш	0,125 0,25	56 0 22 5	7 0 5 6,25
Грудинка	112,5	- рагу по-домашнему	0,5 1	11 3 56	5 6,5 5 6
Шейная часть (мякоть)	70	- свинина духовая - гуляш	0,125 0,5	32 0 60	4 0 3 0
Котлетное мясо	365	- шницель натуральный - зразы рубленные - фарш свиной	0,109 0,076	15 00 15 00	1 63,5 1 14 8 7,5

Баранина 1 категории 750 кг					
Корейка с рёберной костью,	78,75	- котлеты натуральные	0,125	63 0	7 8,75
Тазобедренная часть	127,5	- шницели - мясо для шашлыка	0,125 0,5	56 0 11 5	7 0 5 7,5
Лопаточная часть	57	- баранина духовая - мясо для плова	0,125 0,5	24 0 10 8	3 0 2 7
Грудинка	65,25	- рагу	0,5	13 0	6 5
Котлетное мясо	223,7 5	- котлеты натуральные рубленные - тефтели	0,085 0,076	12 95 14 97	1 10 1 13,75

Таким образом в таблице 3.4, ассортимент предприятия будет расширен внедрением в производство мясных полуфабрикатов из различных видов и сортов мяса.

Технология приготовления: порционные куски, нарезанные из мягкой тазобедренной части отбивают и рыхлят, придавая им овально-продолговатую форму, смачивают в льезоне, панируют в сухарях.

Готовый полуфабрикат охлаждают, укладывают в емкости в один ряд полунаклонно, упаковывают, маркируют, отправляют на транспортировку. На каждый ящик наклеивается ярлык с реквизитами предприятия изготовителя.

Температура продукта перед отправкой должна быть от 0°C до 8°C.

Мясные полуфабрикаты должны изготавливаться по технологическим инструкциям, утвержденным в установленном порядке, с соблюдением гигиенических и ветеринарно-санитарных правил. Не допускаются к реализации полуфабрикаты деформированные. Для производства полуфабрикатов должно применяться сырье, соответствующее «Гигиеническим требованиям к качеству и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов» (СанПиН 2.3.2.560-96), утвержденным постановлением Госкомсанэпиднадзора России от 24 октября 2006 г., № 27.

Таблица 3.5 – Расчет потребности сырья при изготовлении полуфабриката «Шницель»

Наименование продуктов	Норма закладки на одну порцию, г		Норма закладки (нетто), кг
	брутто о	нетто о	960 порций
Свинина (тазобедренная часть)	147	125	120
Яйцо	1/5	8	7,68
Сухари	22	22	21,12
Масса готового полуфабриката		155	148,8

Следует отметить, что в настоящее время предприятие имеет заключенные договоры на поставку сырья, необходимого для производства мясных полуфабрикатов. Следовательно, дополнительных затрат в данной области не предполагается.

Технические характеристики машины для вертикальной резки ломтиками свежего мяса представлены в таблице 3.6

Таблица 3.6 – Технические характеристики машины для вертикальной резки ломтиками свежего мяса

Показатель	Характеристика
Питание	220/380 В, 50/60 Герц, 1/3 фазный; 1,5 Квт/ч
Масса	230 кг.

Габариты	1050 х 500 х 1750 мм.
Вес производимого продукта	55 - 175 гр.
Вместимость бункера	12,5 литров

Срок поставки оборудования 3 месяца.

Затраты предприятия на приобретение машины для вертикальной резки ломтиками свежего мяса, монтаж и ввод в эксплуатацию представлены в таблице 3.7

Таблица 3.7 – Затраты предприятия на приобретение и ввод в эксплуатацию оборудования

Статья расходов	Сумма затрат, тыс. руб.
Стоимость машины для вертикальной резки ломтиками свежего мяса	879,7
Формующие узлы	233,7
Сертификация соответствия оборудования ГОСТ РФ	65,3
Транспортировка, вкл. страховку	47,5
Инженерное дело: - дизайн технологии, ноу-хау, рецептура; - шеф-монтаж, обучение персонала, введение в эксплуатацию	92,5
Итого:	1 318,8

Таким образом, в таблице 3.7 затраты на приобретение машины для вертикальной резки ломтиками свежего мяса, монтаж и ввод в эксплуатацию составят 1 318,8 тыс. руб.

Предприятие является действующим на протяжении ряда последних лет, а потому выбор поставщика требуемого оборудования объективно предопределен. Предприятие-поставщик оборудования – ООО «Пищевые технологии», г. Казань.

Предприятие на рынке замороженных полуфабрикатов и готовой продукции существует уже не один год, то требования хранения, погрузки,

транспортировки и размещения в местах продаж будут, соблюдены. Поскольку мясные полуфабрикаты являются для предприятия новым в производстве продуктом, то руководству необходимо продумать вопросы упаковки готовой продукции, в замороженном виде.

Суммарные затраты на производство мясных полуфабрикатов в год представлены в таблице 3.8

Таблица 3.8 – Затраты на производство мясных полуфабрикатов

Статья расходов	Сумма затрат	
	В среднем на 1 ед. продукции, руб.	Годовая программа, тыс. руб.
1	2	3
Сырьевые расходы (мясо, соль, специи, растительное масло и т.д.)	33,67	1 377,1
Затраты на упаковку	0,17	22,1
Заработная плата 1 человека	1,06	137,8
Расход энергии	0,14	18,2
Иные	0,46	59,8
Итого:	35,5	1 615

Таким образом, в таблице 3.8 средняя себестоимость 1 ед. продукции составит 35,5 руб., годовые затраты на реализацию производственной программы в целом – 1 615 тыс. руб.

Инвестиционные затраты на реализацию проекта по расширению ассортимента продукции для предприятия составят затраты на приобретение машины для вертикальной резки ломтиками свежего мяса, монтаж и ввод в эксплуатацию в сумме 1 318,8 тыс. руб.

Реализуя данный проект для предприятия, будет достигнута поставленная цель – расширение ассортимента производимой продукции предприятием. 3 варианта:

- 1) реалистичный – при котором объем продаж продукции возрастет на 10,5 % в соответствии с предпочтениями покупателей.
- 2) оптимистичный – при котором объем продаж продукции возрастет на 15 %.
- 3) пессимистичный – при котором объем продаж продукции возрастет лишь на 7 %.

Показатели доходов от реализации мясных полуфабрикатов представлены в таблице 3.9

Таблица 3.9 – Показатели доходов от реализации полуфабрикатов тыс.,руб.

Наименование показателя	Пессимистичный сценарий	Реалистичный сценарий	Оптимистичный сценарий
1	2	3	4
Доходы от реализации мясных полуфабрикатов	1631,75	2447,62	3496,60
Производственные затраты	1076,56	1615,00	2309,45
Прибыль	555,19	832,62	1887,15
Чистая прибыль	444,15	666,10	949,72

Таким образом, данные таблицы 3.9 свидетельствуют о том, что при любой ситуации на рынке: как благоприятной для предприятия, так и неблагоприятной, производство мясных полуфабрикатов является прибыльной деятельностью для данного предприятия.

3.3 Оценка эффективности предложенных мероприятий

Расширив ассортимент производимой продукции на предприятии, изменятся все показатели финансово-хозяйственной деятельности данного производственного предприятия. Рассмотрим 3 варианта сценария, что отражено в таблице 3.10

Таблица 3.10 – Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия тыс., руб.

Показатели	2016 г.	Прогноз		
		Пессимистичный сценарий	Реалистичный сценарий	Оптимистичный сценарий
Выручка от реализации	36253,0	37884,7	38700,6	39749,6
Себестоимость	31459,0	32535,5	33074,0	33768,4
Прибыль от реализации	4794,0	5349,1	5626,6	5981,1

Выручка от реализации за год увеличится на 4,5-9,6 % вследствие увеличения, как объема произведенной продукции, так и цен на производимую

продукцию. Вместе с тем при реализации проекта по расширению ассортимента для предприятия увеличится и себестоимость.

Целью реализации анализируемого проекта являлось расширение ассортимента производимой продукции и повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия в таблице 3.11

Таблица 3.11 – Показатели рентабельности

Показатели	2016 г.	Прогноз					
		Пессимистич ный сценарий		Реалистичны й сценарий		Оптимистичн ый сценарий	
		%	отк лон ени е	%	отк лон ени е	%	отк лон ени е
Рентаб ельнос ть прода ж	7,98	12,70	4,72	14,54	6,56	16,79	8,81
Рентаб ельнос ть основ ной деятел ьности	9,19	14,55	5,36	17,01	7,82	20,18	10,99
Рентаб ельнос ть активо в	6,03	10,02	3,99	11,72	5,69	13,91	7,88
Рентаб ельнос ть собств енного капита ла	10,71	17,82	7,11	20,84	10,13	24,73	14,02

Показатели рентабельности, согласно прогнозируемым результатам производственно-хозяйственной деятельности существенно возрастут. Так, рентабельность продаж для предприятия увеличится по сравнению с прошлым годом на 4,72-8,81 %. Это говорит о том, что предприятие повысит эффективность своей деятельности. Рентабельность основной деятельности возрастет на 5,36-20,18 %. Рентабельность активов увеличится на 3,99-7,88 %, это высокий результат. Коэффициент рентабельности собственного капитала возрастет на 7,11-14,02 %, что отражает окупаемость вложенных инвестиций.

Таким образом, данные таблиц 3.10 и 3.11 свидетельствуют о том, что при любой ситуации на рынке: как благоприятной для предприятия, так и неблагоприятной, предприятие повысит эффективность производственной и хозяйственной деятельности в целом.

Таблица 3.12 – Чистый денежный поток при реализации проекта (реалистичный сценарий)

Показатели	ед., изм.	1 год	2 год	3 год
Капитальные вложения	тыс., руб	1318,8	0	0
Выручка от реализации мясных полуфабрикатов	тыс., руб	2447,6	2447,6	2447,6
Производственные затраты	тыс., руб	1615	1615	1615
Прибыль от реализации мясных полуфабрикатов	тыс., руб	832,6	832,6	832,6
Налог на прибыль	тыс., руб	166,52	166,52	166,52
Амортизация	тыс., руб	188,4	188,4	188,4
Чистый денежный	тыс.,	854,48	854,48	854,48

поток	руб			
Коэффициент дисконтирования		0,88	0,45	0,40
Чистый дисконтированный поток	тыс., руб	751,94	384,52	341,79
Чистый дисконтированный поток нарастающим итогом	тыс., руб	751,94	3323,93	3665,72

Таким образом, чистый дисконтированный доход за весь период реализации проекта (реалистичный сценарий) по расширению ассортимента производимой продукции для предприятия составит 3665,72 тыс. руб., что оценивается положительно и свидетельствует об эффективности вложения средств в проект.

Поскольку прогнозировать объемы продаж мясных полуфабрикатов на перспективу довольно сложно и возможно осуществление как пессимистичного, так и оптимистичного вариантов, потому рассчитаем чистые денежный поток для каждого варианта на рынке.

Таблица 3.13 – Чистый денежный поток при реализации проекта (пессимистичный сценарий)

Показатели	ед., изм.	1 год	2 год	3 год
Капитальные вложения	тыс., руб	1318,8	0	0
Выручка от реализации мясных полуфабрикатов	тыс., руб	1631,75	1631,75	1631,75
Производственные затраты	тыс., руб	1076,56	1076,56	1076,56
Прибыль от реализации мясных полуфабрикатов	тыс., руб	555,19	555,19	555,19

Налог на прибыль	тыс., руб	111,04	111,04	111,04
Амортизация	тыс., руб	188,4	188,4	188,4
Чистый денежный поток	тыс., руб	632,55	632,55	632,55
Коэффициент дисконтирования		0,88	0,45	0,40
Чистый дисконтированный поток	тыс., руб	556,64	284,65	253,02
Чистый дисконтированный поток нарастающим итогом	тыс., руб	556,64	2460,62	2713,64

Данные таблицы 3.13 свидетельствуют о том, что при неблагоприятной рыночной ситуации для предприятия чистый дисконтированный доход получится больше 0, что оценивается положительно. Имущество предприятия за весь период реализации проекта возрастет на 2713,64 руб.

Таблица 3.14 – Чистый денежный поток при реализации проекта (оптимистичный сценарий)

Показатели	ед., изм.	1 год	2 год	3 год
Капитальные вложения	тыс., руб	1318,8	0	0
Выручка от реализации мясных полуфабрикатов	тыс., руб	3496,6	3496,6	3496,6
Производственные затраты	тыс., руб	2309,45	2309,45	2309,45
Прибыль от реализации мясных полуфабрикатов	тыс., руб	1187,15	1187,15	1187,15

Налог на прибыль	тыс., руб	237,43	237,43	237,43
Амортизация	тыс., руб	188,4	188,4	188,4
Чистый денежный поток	тыс., руб	1138,12	1138,12	1138,12
Коэффициент дисконтирования		0,88	0,45	0,40
Чистый дисконтированный поток	тыс., руб	1001,55	512,15	455,25
Чистый дисконтированный поток нарастающим итогом	тыс., руб	1001,55	4427,26	4882,51

Таблицы 3.14 свидетельствуют о том, что при благоприятной для предприятия рыночной ситуации, сможет окупить вложенные средства уже в первый год реализации проекта. Чистый дисконтированный доход получился больше 0, что оценивается положительно и свидетельствует о достаточной эффективности вложения средств в проект. Сумма, на которую возрастет имущество предприятия за весь период реализации проекта по расширению ассортимента производимой продукции, составит 4882,51 тыс. руб.

Расчет ожидаемого значения чистого дисконтированного дохода с учетом вероятности представлен в таблице 3.15

Таблица 3.15 – Ожидаемое значение чистого дисконтированного дохода с учетом вероятности

Варианты	Вероятность %	Чистый дисконтированный доход, тыс. руб.	Чистый дисконтированный доход с учетом вероятности, тыс. руб.
Пессимистичн	0,25	2713,64	678,41

ый			
Реалистичный	0,4	3665,72	1466,29
Оптимистичный	0,35	4882,51	1708,88
Итого:	1		3853,58

Данные таблицы 3.15 свидетельствуют о том, что руководству есть смысл и экономическая целесообразность вкладывать средства в производство мясных полуфабрикатов, т. к. проект в течение рассматриваемых 3 года принесет прибыль в размере 3853,58 тыс. руб.

Оценим изменение основных показателей хозяйственной деятельности предприятия с учетом реализации реалистичного варианта.

Таблица 3.16 – Прогнозирование финансовых показателей деятельности предприятия

Показатели	2016 г.	Прогноз	Изменение	
			Сумма, тыс., руб.	%
Выручка от реализации	36253,0	38700,6	2447,6	6,75
Себестоимость	31459,0	33074,0	1615,0	5,13
Прибыль от реализации	4794,0	5626,6	832,6	17,37
Налог на прибыль	958,8	1125,3	166,6	17,4
Чистая прибыль	3835,2	4501,3	666,1	17,4

Таким образом, в таблице 3.16 при реализации предлагаемых мероприятий выручка предприятия возрастет на 6,75 %. Увеличение себестоимости производимой продукции прогнозируется на 5,13 %. Существенным станет рост прибыли от реализации продукции – на 17,37 %.

Оценим изменение основных показателей рентабельности предприятия с учетом реализации реалистичного сценария.

Таблица 3.17 – Прогнозирование показателей рентабельности

Показатели	2016 г.	Прогноз	Изменение
Рентабельность продаж	7,98	14,54	6,56
Рентабельность основной деятельности	9,19	17,01	7,82
Рентабельность активов	6,03	11,72	5,69
Рентабельность собственного капитала	10,71	20,84	10,13

Таким образом, в таблице 3.17 при реализации предлагаемых мероприятий рентабельность продаж возрастет на 6,56 %; рентабельность основной деятельности – на 7,82 %. Увеличение рентабельности активов прогнозируется на 5,69 %. Существенным станет рост рентабельности собственного капитала – на 10,13 %.

В целом, данные таблиц 3.16 и 3.17 наглядно свидетельствуют о том, что расширение производства продукции путем увеличения ассортимента полуфабрикатов позволит улучшить основные показатели финансово-хозяйственной деятельности анализируемого предприятия. Таким образом, достигнута поставленная цель: расширение ассортимента производимой продукции увеличит рентабельность деятельности предприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях рыночных отношений формирование ассортимента является одним из важнейших условий организации эффективной работы производственного предприятия. Формирование оптимального ассортимента охватывает все основные сферы его производственно-хозяйственной деятельности – закупки, сбыт, финансы, которые тесно взаимосвязаны. Эта деятельность опирается на выявление и прогнозирование спроса, анализ и оценку имеющихся ресурсов и перспектив развития хозяйственной конъюнктуры. Широкая ассортиментная гамма выпускаемой продукции укрепляет рыночные позиции предприятия и расширяет объем продаж. Следовательно, оптимизация ассортимента является перспективным направлением в расширении производства.

В рамках дипломной работы представлено изучение теоретических и практических вопросов расширения производства на примере ООО «Знаменское».

Данное предприятие динамично развивается, ежегодно получает прибыль как результат производственной и финансово-хозяйственной деятельности, расширяет географические рамки реализации производимой продукции, увеличивает персонал сотрудников. Однако на текущем этапе выявленным существенным недостатком предприятия является снижение деловой активности, показатели эффективности, исчисленные по выручке, также сократились за 2016 год. В сложившейся ситуации руководству предприятия необходимо развивать производство, увеличивать объемы выпускаемой продукции, расширять ассортимент.

Произведенные исследования позволили сделать вывод об экономической целесообразности и перспективности расширения производства полуфабрикатов предприятием. Сравнение структуры производимых замороженных полуфабрикатов и предпочтений покупателей показало существенные расхождения по ряду товарных позиций. Так, в структуре производимой предприятием продукции отсутствуют мясные полуфабрикаты, между тем 10,5 % покупателей предпочли бы видеть на прилавках данный продукт. Поэтому расширить ассортимент производимой продукции следует внедрением в производство разнообразных мясных полуфабрикатов в объеме 10,5 % от реализуемой в настоящее время продукции, т.е. – 2447,62 руб. Потенциальными потребителями данной продукции станут физические и юридические лица, как г. Минусинска и г. Абакана, так и др. населенных пунктов Красноярского края и Республики Хакасия.

Ассортимент предприятия будет расширен внедрением в производство мясных полуфабрикатов из различных видов и сортов мяса, причем каждый крупнокусковой полуфабрикат будет иметь несколько наименований изготавливаемых из них готовых полуфабрикатов.

В настоящее время предприятие имеет заключенные договоры на поставку сырья, необходимого для производства мясных полуфабрикатов. Калькуляционные продукты данного изделия уже применяются при производстве пельменей, мантов и др. продукции данного предприятия. Следовательно, дополнительных затрат в данной области не предполагается.

Однако для осуществления производства мясных полуфабрикатов предприятие не располагает в настоящее время необходимым оборудованием. Руководству предприятия следует дооснастить цех полуфабрикатов дополнительным оборудованием. Затраты на приобретение машины для вертикальной резки ломтиками свежего мяса, монтаж и ввод в эксплуатацию составят 1318,8 тыс. руб.

Поскольку прогнозировать объемы продаж мясных полуфабрикатов на

перспективу довольно сложно, то в дипломной работе были рассмотрены различные варианты рыночных ситуаций. Однако расчеты показали, что при любой ситуации на рынке: как благоприятной для предприятия, так и неблагоприятной, производство мясных полуфабрикатов является прибыльной деятельностью для данного предприятия.

При расширении ассортимента производимой продукции изменятся в лучшую сторону и другие показатели финансово-хозяйственной деятельности данного производственного предприятия. Выручка от реализации увеличится на 4,5-9,6 %, одновременно наблюдается увеличение себестоимости на 3,4-7,3 %, при этом произойдет рост прибыли – на 11,5-24,8 %. Динамика роста прибыли от реализации продукции существенно опережает рост себестоимости продукции, что оценивается положительно. Показатели рентабельности, согласно прогнозируемым результатам производственной деятельности существенно возрастут.

Ожидаемое значение результирующего показателя реалистичного сценария по расширению ассортимента производимой продукции предприятия составит 3665,72 тыс. руб., что оценивается положительно и свидетельствует об эффективности вложения средств в проект.

Расчет значения чистого дисконтированного дохода с учетом вероятности свидетельствуют о том, что руководству предприятия есть смысл и экономическая целесообразность вкладывать средства в производство мясных полуфабрикатов, т.к. проект в течение рассматриваемых 3 лет принесет прибыль в размере 3853,58 тыс. руб.

Таким образом, при реализации предлагаемых мероприятий выручка предприятия возрастет на 6,75 %. Увеличение себестоимости производимой продукции прогнозируется на 5,13 %. Существенным станет рост прибыли от реализации продукции – на 17,37 %. Также при реализации предлагаемых мероприятий рентабельность продаж возрастет на 6,56 %; рентабельность основной деятельности – на 7,82 %. Увеличение рентабельности активов

прогнозируется на 5,69 %. Существенным станет рост рентабельности собственного капитала – на 10,13 %.

Таким образом, достигнута поставленная цель: расширение ассортимента производимой продукции увеличит рентабельность деятельности предприятия, а также улучшит показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «Знаменское».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 12 ноября 2016 г. № 129 - ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 2016. №48. Ст. 5369.
2. Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99, утвержденное приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 2012 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации от 6 августа 2012 г. № 6417-ПК указанный приказ в государственной регистрации не нуждается).
3. Приказ Минфина РФ от 22 июля 2013 г. № 67н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (согласно письму Минюста РФ от 5 августа 2013 г. № 07/8121-АК настоящий приказ признан не нуждающимся в государственной регистрации).
4. Анализ и диагностика деятельности предприятия : Учебное пособие/ сост. Т.И. Островских, Т. Н. Плотникова. Красноярск : КГТУ, 2012. - 186 с.
5. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Методические указания к курсовой работе для студентов специальности 060800 / сост. Г. И. Никитина, Т. И. Островских ; КГТУ, Красноярск, 2012. - 72 с.
6. Артеменко В. Г. Финансовый анализ : учеб. пособие. М. : ДИС, НГАЭ и У, 2014. - 253 с.

7. Баканов М. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: учебник. М. : Финансы и статистика, 2014. - 365с.
8. Баканов М. И., Шеремет А. Д. Теория анализа хозяйственной деятельности : учебник. М. : Финансы и статистика, 2014. - 461 с.
9. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом. М. : Финансы и статистика, - 2015. 205 с.
10. Балабанов И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. М. : Финансы и статистика, 2015. - 315 с.
11. Беристайн Л. А. Анализ финансовой отчетности. М. : Финансы и статистика, 2012. - 624 с.
12. Булыга Р. П. Методика расчета чистых активов // Бухгалтерский учет. 2013.- С. 10-14.
13. Бухгалтерский учет в промышленности / под ред. проф. Новиченко П. П. М. : Финансы и статистика, 2013. - 364 с.
14. Вартанов А. С. Экономическая диагностика деятельности предприятия: организация и методология. М. : Финансы и статистика, 2012. – 205 с.
15. Волков И. Г. Финансовый анализ, расчет чистых активов// Экономика и жизнь. 2012. - С. 16-20.
16. Ворст И., Ревентлоу П. Экономика фирмы : учебник. М. : Высшая школа, 2014. - 298 с.
17. Глазунов В. П. Оценка эффективности использования акционерного капитала// Бухгалтерский учет. 2016. - С. 79-82.
18. Глуценко Е. В., Захарова Е. В., Тихоправов Ю. В. Теория управления : учебный курс. М. : Финансы и статистика, 2015. - 385 с.
19. Громов В. Г., Громова М. Б. Бухгалтерский учет и аудит. Санкт-Петербург, 2014. - 394 с.
20. Грузинов В. П. Экономика предприятия и предпринимательства. М. : СОФИТ, 2014. - 402 с.

21. Добров В. Н., Крышенинников В. И. Финансирование и кредитование в промышленности. М. : Финансы и статистика, 2015. - 366 с.
22. Донцова Л. В., Никифорова Н. А. Комплексный анализ бухгалтерской отчетности : учеб. пособие. М. : Дело, 2015. - 304 с.
23. Ермолович Л. Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Минск : БГЭУ, 2016. - 450 с.
24. Ефимова О. В. Анализ платежеспособности предприятий// Бухгалтерский учет. 2016. - С. 6-11.
25. Ефимова О. В. Анализ собственного капитала// Бухгалтерский учет. 2012. - С. 13-20.
26. Ефимова О. В. Годовая отчетность для целей финансового анализа// Бухгалтерский учет. 2012. - С. 3-8.
27. Ефимова О. В. О прозрачности и аналитичности бухгалтерской отчетности// Бухгалтерский учет. 2013. - С. 22-29.
28. Завгородний В. П., Савченко В.Я. Бухгалтерский учет, контроль и аудит в условиях рынка. К. : Блиту-Информ, 2014. - 156 с.
29. Ковалев В. В. Финансовый анализ : управление капиталом, выбор инвестиций, анализ отчетности. М. : Финансы и статистика, 2012. - 432с.
30. Ковалев В. В. Финансовый анализ. М. : Финансы и статистика, 2013. - 450 с.
31. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. М. : ЮНИТИ, 2013. - 271 с.
32. Кондаков Н. П. Бухгалтерский учет, анализ хозяйственной деятельности и аудит. М. : Перспектива, 2014. - 345 с.
33. Кондраков Н. П. Основы финансового анализа. М. : Главбух, 2012. - 453 с.
34. Котляров С. А. Управление затратами. Спб. : Питер, 2012. - 311 с.
35. Купчина Л. А. Анализ финансовой деятельности с помощью коэффициентов// Бухгалтерский учет. 2015. - С. 65-70.

36. Муравьев А. И. Теория экономического анализа: проблемы и решения. М. : Финансы и статистика, 2015. - 248 с.
37. Негашев Е. В. Анализ финансов предприятия в условиях рынка. М. : Высшая школа, 2015. - 257 с.
38. Никитина Г. И. Платежная состоятельность фирмы : сущность и оценки, Абакан, 2014. - 142 с.
39. Новикова М. В. Отчет о движении денежных средств// Бухгалтерский учет. 2012. - С. 33-39.
40. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. 5-е изд. М. : Новое знание, 2012. - 385 с.
41. Селезнева Н. Н., Ионова А. Ф. Финансовый анализ. Управление финансами : учеб. пособие для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 639 с.
42. Фащевский В. Н. Об анализе платежеспособности и ликвидности предприятия// Бухгалтерский учет. 2013. - С. 12-18.
43. Фащевский В. Н. Об анализе оборотных средств// Бухгалтерский учет. 2012. - С. 42-46.
44. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник / Под ред. проф. Н. Ф. Самсонова. М. : ИНФРА-М, 2016. - 452 с.
45. Финансы предприятий: учебн. пособие / под ред. Е. И. Бородиной. М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012. - 412 с.
46. Шеремет А. Д., Негашев Е. В. Методика финансового анализа. М. : Инфра-М., 2014. - 165 с.
47. Широкова Г. В. Жизненный цикл организации : эмпирические исследования и теоретические подходы // Российский журнал менеджмента. 2014. - С. 85-90.
48. Широкова Г. В. Характеристики стадий жизненного цикла российских компаний, созданных «с нуля» // Российский журнал менеджмента. 2014. - С. 3-20.

49. Шубина Ю. В. Анализ проблем // Бухгалтерский учет. 2012. - С.79-

83.